

Allegato 2a Relazioni tecniche
sintetiche

Relazione tecnica e cronoprogramma

Scheda intervento

1	Codice intervento e Titolo	COD. 5.2 L'OSPITALITA' CILENTANA
2	Costo e copertura finanziaria	€ 1.000.000 PO FESR – O.O 3.3.2 - Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio, anche attraverso l'integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, sportive, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici
3	Oggetto dell'intervento	Incentivi a sostegno delle attività imprenditoriali di valorizzazione e promozione turistica • accoglienza turistica fondata sulla ricettività in abitazioni già esistenti • creazione di una agenzia di servizi per la gestione delle residenze abbandonate • Attivazione di una rete di residenze artistiche diffusa sul territorio • piccola ristorazione • centro culturale diffuso a partire dal recupero e la riattivazione di spazi produttivi non utilizzati o abbandonati per la rifunzionalizzazione in laboratori/atelier polifunzionali
4	CUP	
5	Localizzazione intervento	I 29 comuni dell'area pilota
6	Coerenza programmatica e contestualizzazione dell'intervento	Generalmente le zone rurali presentano alcuni svantaggi quali luoghi in cui sviluppare l'attività economica. I più importanti tendono a essere legati alla geografia, alla demografia, alle infrastrutture e alle risorse. La relativa distanza dai mercati, la domanda locale insufficiente e la mancanza di strutture e servizi sono tutti fattori che possono limitare il potenziale di crescita dell'economia locale nelle zone rurali. Al contempo, in queste aree emergono nuove opportunità di mercato in svariati settori, quali l'economia «alimentare», la «bioeconomia», l'economia «verde» e l'economia «circolare», l'economia «digitale», l'economia «sociale», l'economia «dell'esperienza» e l'economia «residenziale». Le possibilità di creare posti di lavoro e attrarre persone a vivere e lavorare nelle zone rurali sono notevoli. In questo contesto, alcuni vantaggi offerti dalle località rurali risultano più evidenti, come ad esempio la possibilità di trovare terreni e abitazioni a un prezzo più conveniente, più spazio, aria più pulita e accesso più agevole alla campagna. La chiave per cogliere queste opportunità è creare

	sinergie e coordinare le azioni di sviluppo attraverso obiettivi comuni e, soprattutto, attraverso una visione sistemica e strategica. In particolare, tali zone possono fare leva sui numerosi “viaggiatori” che non vogliono solo acquistare prodotti materiali, ma anche maturare particolari «esperienze» di vita. Le opportunità nell’ <u>economia dell’esperienza</u> possono basarsi sulle caratteristiche naturali, come le montagne e i boschi, sui siti di interesse storico o culturale o sulle specialità locali. Una grande opportunità per il Cilento è il diffondersi del concept “Turismo del benessere”: un comparto che registra tassi di crescita annui (+6,4%) pressoché doppi rispetto a quelli dell’economia mondiale (+3,6%). Una vera mentalità del benessere sta cominciando a permeare il comportamento dei consumatori a livello globale, influenzando i processi di scelta d’acquisto in tutti i contesti: dal cibo alle attività per favorire la salute mentale e ridurre lo stress. Si sta diffondendo, in altre parole, la consapevolezza che, nella vita di tutti i giorni, un approccio più attento al benessere possa garantire benefici sensibili in termini di felicità e capacità relazionali. Il wellness sta perciò cambiando natura: non è più un bisogno sporadico, ma un aspetto essenziale della nostra esistenza; non è più un bene di lusso ma un valore diffuso. Un’evoluzione, quest’ultima, che ovviamente influisce enormemente sulla crescita del settore». Una maggiore presenza nelle località rurali di visitatori, può indurre un circuito virtuoso di innesto di nuove attività economiche che possono riguardare la particolare esperienza offerta, quali per esempio infopoint, visite guidate o degustazioni, ma possono anche essere attività ricettive e “di servizio” importanti come quelli di trasporto. Questo tipo di attività possono sfruttare il bacino più vasto della vicina area costiera. Grazie alla gratuità del patrimonio locale — che sia naturale, culturale o storico — i costi di ingresso di tali attività economiche possono essere relativamente modesti. Le caratteristiche peculiari delle zone rurali possono esercitare una forte attrattiva ed essere stimolanti per una classe colta e creativa. e operatori economici che aspirano a un’alta qualità della vita senza voler rinunciare al collegamento con una o più città o cittadine nelle vicinanze. Le zone interne ricche di attrattive offrono opportunità nell’economia residenziale con una domanda elevata di prodotti e servizi rurali che soddisfino uno stile di vita sano. La scelta è, dunque quella di esaltare quella “diversità” dei piccoli paesi impregnata di alta qualità di vita, valorizzando quegli elementi di cui i paesi rimasti ai margini sono dotati: aria buona, buon cibo, tempi lenti. La dimensione domestica di un paese, la permanenza di
--	---

		valori etici e paesaggistici, l'aria pulita sono BENI INTANGIBILI che svolgono sempre più un ruolo attrattivo per persone che decidono di avere un nuovo stile di vita. I paesi sanno essere un luogo appartato e accogliente.
7	Descrizione dell'intervento (sintesi della relazione tecnica)	L'obiettivo è creare opportunità di incentivo per imprese, anche in fase di costituzione, legate alla accoglienza e alla promozione e fruizione turistica del territorio (dal merchandising, ai prodotti multimediali, alla fornitura di servizi, ecc), Infatti, l'indotto del turismo benessere, che ben si adatta al contesto cilentano, è distribuito su una vasta platea di servizi e prodotti: dal cibo all'ospitalità, passando per il retail (shopping), le attività in loco (escursioni, itinerari...) e altro ancora. Con la diffusione di uno stile di vita sempre più attento alle esigenze del wellness crescono inoltre le opportunità di business. Tra le problematiche da affrontare e cui l'intervento può contribuire, vi è l'organizzazione territoriale dell'offerta e la sua gestione, aspetti fondamentali affinché la effettiva crescita di posti letto, proprio laddove la popolazione continua a diminuire, possa poi tradursi in riposizionamento dei flussi e in rivitalizzazione delle economie locali. L'intervento sostiene la domanda e l'offerta di servizi da parte di imprese della filiera culturale- turistica legate in collaborazione con le imprese del turismo e può ricomprendere anche attività legate allo spettacolo dal vivo, performing arts, storytelling, marketing e comunicazione di impresa, pubblicità, etc. L'intervento, oltre a favorire la nascita e/o il consolidamento di un tessuto economico produttivo, ha un alto valore nel contributo che può dare al riuso e rivitalizzazione del patrimonio immobiliare dismesso e abbandonato dei centri cilentani che hanno bisogno di essere riconosciuti come potenziali portatori di valore e di testimonianza storica. La varietà di immobili dismessi o abbandonati è ampia e i motivi possono essere diversi, quindi è possibile registrare l'abbandono di "edifici storici, a volte interi centri urbani, "involucri" di attività produttive cessate, case coloniche, ecc. Il riuso ha come obiettivo principale quello di rivitalizzare, nel senso di portare a nuova vita l'oggetto, offrendo nuove e diverse opportunità, individuando funzioni che creino sinergie con l'intorno e valorizzino il sistema edificio-contesto. Tra le possibili attività da incentivare: • attività ricettive e di ristorazione • residenze artistiche diffusa sul territorio • recupero e la riattivazione di spazi produttivi non utilizzati o abbandonati per la rifunionalizzazione in laboratori/atelier

		polifunzionali al fine di creare centri culturali diffusi • agenzie di servizi di comunicazione e marketing strategico, e gestione sistemi di prenotazione e pagamento online integrati • accoglienza e accompagnamento del turista sul territorio • Intermediazione del prodotto turistico tramite agenzie, tour operator e associazioni • agenzia di servizi per la gestione delle residenze abbandonate destinate sia a nuovi residenti che all'accoglienza turistica • Servizi per il cicloturismo, le MTB e mobilità sostenibile
8	Risultati attesi	• Riposizionamento competitivo delle destinazione turistica Cilento. • Rivitalizzazione del patrimonio immobiliare dismesso e abbandonato dei centri cilentani
9	Indicatori di realizzazione e risultato	Realizzazione: • numero di imprese che ricevono il sostegno Risultato: • Tasso di turisticità %
10	Modalità previste per l'attivazione del cantiere	Procedura ad evidenza pubblica ai sensi del vigente Codice dei Contratti
11	Progettazione necessaria per l'avvio dell'affidamento	Redazione avviso pubblico
12	Progettazione attualmente disponibile	Scheda progetto
13	Soggetto attuatore	REGIONE CAMPANIA
14	Responsabile dell'Attuazione/RUP	DG TURISMO E BB.CC.

Tipologie di spesa

Voci di spesa	Descrizione	Valuta
Costi del personale		
Spese notarili		
Spese tecniche		
Opere civili		
Opere di riqualificazione ambientale		
Imprevisti		
Oneri per la sicurezza		
Acquisto terreni		
Regimi di aiuto	Incentivi per imprese, anche in fase di costituzione, legate alla accoglienza e alla promozione e fruizione turistica del	1.000.000

	territorio	
Acquisto beni/forniture		
Acquisizione servizi		
Spese pubblicità		

Cronoprogramma delle attività

Fasi	Data inizio prevista	Data fine prevista
Fattibilità tecnica ed economica/Livello unico di progettazione	01/06/2020	01/07/2020
Progettazione definitiva		
Progettazione esecutiva		
Pubblicazione bando / Affidamento lavori/ servizi	03/08/2020	30/09/2020
Esecuzione	01/10/2020	31/12/2020
Collaudo/funzionalità		

Cronoprogramma finanziario

Trimestre	Anno	Costo
I trimestre		
II trimestre		
III trimestre		
IV trimestre	2020	1.000.000,00
I trimestre		
Costo totale		